

ABSTRAK

***IMPRESSION MANAGEMENT* MULI MEKHANAI**

(Studi Kasus Pada Anggota Ikatan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung)

Oleh

ASMARANI HELDESTASIA

Muli Mekhanai sebagai duta daerah bertugas untuk mempromosikan kebudayaan dan pariwisata Provinsi Lampung. Muli Mekhanai diketahui memiliki citra yang baik seperti berpenampilan menarik, berprestasi dan berperilaku baik, namun pada kenyataannya tidak semua Muli Mekhanai seperti itu sehingga menuntut mereka untuk melakukan *impression management*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui *impression management* yang dilakukan Muli Mekhanai. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Dramaturgi Erving Goffman, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Terdapat 8 orang informan yang terdiri dari 4 Muli dan 4 Mekhanai. Hasil penelitian ini Muli Mekhanai mengelola kesan melalui aspek penampilan dan perilaku. Pada *front stage* Muli Mekhanai sudah memainkan peran sebagai duta daerah dengan sangat baik dan dari 5 strategi Jones & Pittman mereka hanya menggunakan 3 strategi yaitu *ingratiation*, *self promotion* dan *exemplification*. Sedangkan pada *back stage* 5 (lima) Muli Mekhanai tetap mengelola kesan melalui aspek penampilan meskipun jauh dari pengelolaan pada *front stage* dan 3 (tiga) Muli Mekhanai kembali menjadi diri sendiri melepaskan citra dalam kesehariannya.

Kata kunci : Dramaturgi, *Impression Management*, Muli Mekhanai.

ABSTRACT

IMPRESSION MANAGEMENT MULI MEKHANAI
(Case Study of Muli Mekhanai Bandar Lampung Bond)

By

ASMARANI HELDESTASIA

Muli Mekhanai as a regional ambassador was tasked with promoting the culture and tourism of Lampung Province. Muli Mekhanai is known to have a good image such as attractive appearance, good performance and behavior, but in reality not all Muli Mekhanai like that requires them to do impression management. The purpose of this study was to determine the impression management carried out by Muli Mekhanai through dramaturgy theory. This type of research is descriptive qualitative. There were 8 informants consisting of 4 Muli and 4 Mekhanai. The results of this study Muli Mekhanai manage impressions through aspects of appearance and behavior. On the front stage Muli Mekhanai has played a role as a regional ambassador very well and of the 5 Jones & Pittman strategies they are only use 3 strategies namely ingratiation, self promotion and exemplification. While at the 5 (five) back stage Muli Mekhanai still manages impressions through aspects of performance, although it is far from standardization of the front stage and 3 (three) Muli Mekhanai returns to being self-releasing images in his daily life.

Keywords: Dramaturgy, Impression Management, Muli Mekhanai.